

# Einzelhandel: Unternehmen und Waren

Paul Fevrier

## Hauptergebnisse:

- Drei Viertel des Lebensmittelumsatzes entfallen auf den Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (kleine und große Supermärkte zum Beispiel).
- Bei anderen Waren als Lebensmittel werden dagegen drei Viertel des Umsatzes vom Facheinzelhandel erzielt.
- Der Marktanteil des nicht spezialisierten Einzelhandels ist in Spanien und Portugal vor allem bei Lebensmitteln niedriger als in den anderen europäischen Ländern.
- Der Sektor der Unternehmen ohne Spezialisierung weist eine größere Unternehmensdichte auf als die übrigen Sektoren des Einzelhandels.

**Tabelle 1: Position des nicht spezialisierten Einzelhandels bei den Verkäufen**

NACE Rev.1		52 1	52 11	52 12	52 2	52 3	52 4		52
		nicht spezialisierte Einzelhandel	mit Haupttrich-tung Nah-rungsmittel	ohne Haupt-trich-tung Nah-rungsmittel	Nah-rungsmittel-fach-handel	Apothe-kenleis-tungen und kosme-tische Artikel	Sons-tiger Fa-cheinzel	Sons-tige	Ge-samt
Gesamt	Gesamtumsatz Einzelhandel	43,5	37,9	5,6	6,7	7,2	35,9	6,7	100
	Umsatz Nahrungsmittel-einzelhandel	77,1	74,8	2,3	17,4	0,4	1,7	3,4	100
PT	Gesamtumsatz Einzelhandel	25,6	24,5	1,1	10,4	8,3	53,1	2,6	100
	Umsatz Nahrungsmittel-einzelhandel	67,5	66,7	0,9	30,1	0,0	2,1	0,3	100
ES	Gesamtumsatz Einzelhandel	34,8	29,5	5,3	16,4	8,7	36,5	3,7	100
	Umsatz Nahrungsmittel-einzelhandel	56,1	54,3	1,8	40,7	0,1	0,2	3,0	100
DK	Gesamtumsatz Einzelhandel	50,9	28,8	22,1	5,8	5,0	36,0	2,4	100
	Umsatz Nahrungsmittel-einzelhandel	87,4	56,2	31,2	12,1	0,0	0,0	0,4	100
NL	Gesamtumsatz Einzelhandel	32,5	32,5	0,0	8,8	3,6	49,7	5,4	100
	Umsatz Nahrungsmittel-einzelhandel	72,6	72,6	0,0	21,1	0,5	0,2	5,6	100
DE	Gesamtumsatz Einzelhandel	40,1	34,0	6,1	4,5	9,2	35,7	10,5	100
	Umsatz Nahrungsmittel-einzelhandel	82,4	80,1	2,2	11,6	0,9	0,5	4,6	100
FR	Gesamtumsatz Einzelhandel	51,4	49,6	1,8	4,2	9,0	29,9	5,6	100
	Umsatz Nahrungsmittel-einzelhandel	83,1	82,8	0,3	12,2	0,0	0,6	4,1	100
NO	Gesamtumsatz Einzelhandel	46,2	43,9	2,3	5,1	4,4	41,7	2,5	100
	Umsatz Nahrungsmittel-einzelhandel	85,9	85,8	0,1	13,4	0,0	0,1	0,6	100
UK	Gesamtumsatz Einzelhandel	46,6	37,7	9,0	7,1	3,8	36,5	6,0	100
	Umsatz Nahrungsmittel-einzelhandel	76,1	73,7	2,4	16,7	0,3	4,9	2,0	100

Quelle: SBS, Daten von 1997

NL: Gesamtumsatz ohne NACE Rev.152.12 und 52.3

DE: Gesamtumsatz ohne NACE Rev.152.7

Statistik

kurz gefasst

INDUSTRIE, HANDEL  
UND  
DIENSTLEISTUNGEN

THEMA 4 – 19/2001

## Inhalt

Hauptergebnisse: ..... 1

Drei Viertel des  
Lebensmittelumsatzes entfallen  
auf nicht spezialisierten  
Einzelhandel ..... 2

Drei Viertel des Umsatzes mit  
anderen Waren als  
Lebensmittel werden im  
Facheinzelhandel erzielt ..... 4

Nicht spezialisierter  
Einzelhandel in Nordeuropa  
bedeutender ..... 5



Manuskript abgeschlossen: 08.03.2001

ISSN 1561-4832

Katalognummer: KS-NP-01-019-DE-I

© Europäische Gemeinschaften, 2001

Die Ergebnisse beziehen sich nicht auf die Europäische Union insgesamt, sondern nur auf folgende acht Länder: Portugal, Spanien, Dänemark, Niederlande, Deutschland, Frankreich, Norwegen und Vereinigter Königreich. Das Bezugsjahr ist 1997.

---

## Drei Viertel des Lebensmittelumsatzes entfallen auf nicht spezialisierten Einzelhandel

---

Obwohl auf den nicht spezialisierten Einzelhandel (NACE Rev.1.52.1) weniger als die Hälfte (44 %) des Gesamtumsatzes in Europa entfällt, erzielt er mehr als drei Viertel (77 %) des Umsatzes im Lebensmittelbereich (siehe *Tabelle 1*). Diese Unternehmen dieses Sektors, die per definitionem Waren verschiedener Art vertreiben, sind häufig Unternehmen mit „Haupttrichtung Nahrungsmittel“, was bedeutet, dass sie zu einem großen Teil Nahrungsmittel vertreiben. Der nicht spezialisierte Einzelhandel mit Haupttrichtung Nahrungsmittel (NACE Rev. 1 52.11) hat in diesem Bereich einen Marktanteil von 75 %, der sonstige nicht spezialisierte Einzelhandel, bei dem Nahrungsmittel nicht die Haupttrichtung bilden (NACE Rev.1.52.12), hat dagegen nur einen Marktanteil von 2 %. Auf den Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln (NACE Rev.1 52.2) entfällt immerhin ein Marktanteil von 17 %.

*Tabelle 2* zeigt jedoch, dass diese Gesamtdiagnose des nicht spezialisierten Einzelhandels anhand der Haupttrichtung differenziert werden muss, wenn man die verschiedenen Nahrungsmittel betrachtet. So beträgt beispielsweise der Marktanteil des nicht spezialisierten Einzelhandels bei Obst, Gemüse und Kartoffeln 86 %, macht aber bei Fleisch und Fleischwaren sowie bei Fisch und Fischerzeugnissen nur 70 % aus. Der Marktanteil der Tabakwaren-Einzelhändler beträgt mehr als ein

Drittel (36 %), auf die nicht spezialisierten Einzelhandels-Unternehmen entfallen 63 %.

*Die Unternehmen im  
Lebensmitteleinzelhandel sind  
unterschiedlich stark spezialisiert*

Die Unternehmen, die auf die verschiedenen Lebensmittel spezialisiert sind, die in der statistischen Systematik unterschieden werden, weisen unterschiedliche Spezialisierungsgrade auf. Ein Spezialisierungsindex lässt sich bestimmen, indem man für einen gegebenen NACE-Code (der die Tätigkeit eines Unternehmens bestimmt) den Umsatz, den das Unternehmen mit dem betreffenden Produkt erzielt, zum gesamten Umsatz aller Unternehmen, die diesem NACE-Code zugeordnet sind, in Bezug setzt (siehe *Tabelle 2*, letzte Zeile). So wird deutlich, dass die Unternehmen der NACE Rev. 1 52.21 (Einzelhandel mit Obst, Gemüse und Kartoffeln) 83 % ihres Umsatzes mit dem Verkauf von Obst, Gemüse und Kartoffeln erzielen. Ihren übrigen Umsatz erzielen diese Unternehmen im wesentlichen im Lebensmittelbereich, insbesondere mit Fleisch (1 %), Backwaren und Süßwaren (2 %) und Getränken (2 %).

Außerdem geht aus *Tabelle 2* hervor, dass Fleischeinzelhandel und Fischeinzelhandel über 90 % ihres Umsatzes mit ihren Hauptprodukten erzielen. Demgegenüber erzielt der Facheinzelhandel für

Backwaren und Süßwaren nur 76 % seines Umsatzes mit dem Verkauf dieser Waren und 11 % mit dem Verkauf sonstiger Lebensmittel (CPA 52.27).

Dieser für den Facheinzelhandel berechnete Spezialisierungsindex hängt jedoch in hohem Maße vom jeweiligen Sektor ab. Außerdem wird der Umsatz, der nicht mit dem Hauptprodukt erzielt wird, wie bereits erwähnt hauptsächlich mit anderen Lebensmitteln erzielt. Im Allgemeinen weisen die Unternehmen des Facheinzelhandels mit Nahrungsmitteln einen höheren Spezialisierungsgrad auf als die Unternehmen des Einzelhandels mit anderen Waren als Lebensmittel, die breiter gefächerte Tätigkeiten ausüben. So werden beispielsweise im Facheinzelhandel für kosmetische Artikel und der für Metallwaren nur 72 % seines Umsatzes mit dem jeweiligen Hauptprodukt erzielt. Der Lebensmitteleinzelhandel erfordert daher womöglich mehr berufs-spezifische Fachkenntnis als der auf andere Waren spezialisierte Einzelhandel, der eher allgemein ausgerichtet ist.

Die Tabakwaren-Einzelhändler erzielen 71 % ihres Umsatzes mit Tabakwaren, 10 % mit dem Verkauf von Süßwaren und Getränken (zu je gleichen Anteilen) und weitere 13 % mit dem Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften. Im übrigen erzielt der nicht spezialisierte Einzelhandel nur 45 % des gesamten Tabakwaren-Umsatzes.

Tabelle 2: Marktanteil des Lebensmittelfachhandels

NACE Rev.1	52.21	52.22	52.23	52.24	52.25	52.26	52.27	52.31	52.32	52.33	52.41	52.42	52.43	52.44	52.45	52.46	52.47	Sonstige	Gesamt
	Obst, Gemüse und Kartoffeln	Fleisch, Fleischwaren, Geflügel und Wild	Fisch und Fischereizugnisse	Bäckwaren und Süßwaren	Gerätnke	Tabakwaren	Sonstiger Einzelhandel mit Nahrungsmitteln (darunter Milchzeugnisse)	Apotheken	Medizinische und orthopädische Artikel	Kosmetische Artikel und Körperpflegemittel	Textilien	Bekleidung	Schuhe und Lederwaren	Möbel Einrichtungsgegenstände und Hausrat	Elektrische Haushalts-, Rundfunk- und Fernsehgeräte	Metallwaren, Anstrichmittel, Glas	Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren		100
Anteil der Produkte am Gesamtumsatz des Einzelhandels	3,7	5,7	1,1	3,4	5,8	2,9	12,7	5,4	0,6	3,3	1,9	9,9	2,5	7,4	4,5	3,0		21,0	100
Anteil am Gesamtproduktumsatz der Facheinzelhandels mit diesem Produkt erzielt	13,6	26,2	26,6	7,0	7,0	72,3	2,9	99,9	83,0	31,9	37,3	58,1	66,0	62,3	58,5	44,4		66,2	
Anteil am Gesamtproduktumsatz der nicht spezialisierten Einzelhandels mit diesem Produkt erzielt*	86,4	73,8	73,4	93,0	93,0	27,7	97,1	0,1	17,0	68,1	62,7	41,9	34,0	37,7	41,5	55,6		33,8	
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		100,0	
Anteil der Produkte des Sektors am Gesamtumsatz des Sektors	93,8	96,6	85,6	97,2	94,7	155,4	86,6	99,2	82,2	96,4	95,3	92,8	85,1	88,5	77,0	79,2		85,9	

Quelle: SBS, Daten von 1997

\* im wesentlichen Unternehmen ohne Spezialisierung, aber auch Unternehmen, die auf andere Produkte spezialisiert sind  
 Erläuterung: Der Einzelhandelsumsatz mit Obst, Gemüse und Kartoffeln stellt 3,7% des Gesamteinzelhandelsumsatzes dar.  
 13,6 % des Umsatzes bei Obst, Gemüse und Kartoffeln wird im Facheinzelhandel erzielt, 86,4 % werden im nicht spezialisierten Einzelhandel umgesetzt.  
 Der Facheinzelhandel mit Obst, Gemüse und Kartoffeln erzielt 94 % seines Umsatzes mit dem Verkauf von Obst, Gemüse und Kartoffeln.

Grundgesamtheit: PT, ES, DK, NL, DE, FR, NO, UK  
 Einzelhandelsunternehmen: NACE Rev.1 Abt. 52  
 NL: Gesamtumsatz ohne NACE Rev.1 52.12 und 52.3  
 DE: Gesamtumsatz ohne NACE Rev.1 52.7

## Drei Viertel des Umsatzes mit anderen Waren als Lebensmittel werden im Facheinzelhandel erzielt

Die Vertriebsnetze für Waren des Bereichs non food werden vom Facheinzelhandel dominiert. Die Organisation ist also eine vollkommen andere als bei den Lebensmitteln, bei denen die nicht spezialisierten Vertriebsformen vorherrschen.

*Bei kurzlebigen Gebrauchsgütern, Einrichtungsgegenständen und Hausrat entfällt ein großer Marktanteil auf den Facheinzelhandel*

Tabelle 2 zeigt, dass über 65 % des Umsatzes mit Bekleidung, Schuhen und Lederwaren im Facheinzelhandel erzielt werden, wobei auf die nicht spezialisierten Einzelhandel immer noch ein Marktanteil von mehr als 15 % in beiden Bereichen entfällt (die übrigen Marktanteile werden von Unternehmen gehalten, die sich auf andere Waren spezialisiert haben). Obwohl sie zum Bereich non food gehören, konzentrieren diese Unternehmen sich auf ihr Fachgebiet: über 80 % ihres Umsatzes erzielen sie mit ihrem Hauptprodukt oder damit zusammenhängenden Waren. Insbesondere der Bekleidungseinzelhandel erzielt 80 % seines Umsatzes mit dem Verkauf von Bekleidung und Bekleidungszubehör und 6 % mit dem Verkauf von Textilien.

Bei den Textilien werden 23 % des Umsatzes vom Textileinzelhandel erzielt. Berücksichtigt man jedoch auch die Bekleidungsfachgeschäfte, erreicht der Umsatzanteil 51 %, d.h. 51 % des Umsatzes mit Textilien werden von Unternehmen erzielt, die sich auf Textilien oder Bekleidung spezialisiert haben. Der Bekleidungseinzelhandel hält also bei Textilien einen größeren Marktanteil als der Textileinzelhandel selbst, woran sich die Komplexität des Ansatzes nach Sektoren und Zweigen ablesen lässt. Die Unternehmen, die Texti-

lien vermarkten, erzielen drei Viertel ihres Umsatzes mit dem Verkauf von Textilien, 17 % mit dem Verkauf von Vorhängen und Gardinen und 4 % mit dem Verkauf von Bekleidungszubehör.

Bei den elektrischen Haushaltsgeräten werden 56 % des Umsatzes im Facheinzelhandel, 20 % im nicht spezialisierten Einzelhandel und 10 % in Unternehmen, die auf Einrichtungsgegenstände und Hausrat spezialisiert sind, erzielt. 64 % aller Radio- und Fernsehgeräte werden in Fachgeschäften vertrieben. Die auf den Verkauf von elektrischen Haushaltsgeräten und Radio- und Fernsehgeräten spezialisierten Händler erzielen über drei Viertel (77 %) ihres Umsatzes mit diesen Waren (wobei der Anteil der Radio- und Fernsehgeräte gegenüber den elektrischen Haushaltsgeräten leicht überwiegt).

Bei Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf entfällt ein Marktanteil von 68 % auf den Facheinzelhandel. Die Besonderheit dieses Sektors besteht darin, dass 4 % des Umsatzes mit Metallwaren durch den Verkauf an gewerbliche Abnehmer, in erster Linie Handwerker, erzielt werden. Dieses Phänomen ist insbesondere in Deutschland verbreitet, wo 7 % des Umsatzes mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf durch den Verkauf an gewerbliche Abnehmer erzielt werden. Dabei erwähnt, dass der Verkauf an gewerbliche Unternehmen nur 1,5 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes ausmacht.

Bei Büchern, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf beträgt der Marktanteil des Bucheinzelhandels nur 53 %. Die Tabakwareneinzelhändler, der nicht spezialisierte Einzelhandel und der

Versandhandel teilen sich den übrigen Markt. Der Buchfachhandel erzielt 79 % seines Umsatzes mit dem Verkauf von Büchern, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf und 4 % mit dem Verkauf von Tabakwaren.

*Der Arzneimittelseinzelhandel ist ein Sektor mit hoher Spezialisierung, der besonderen Rechtsvorschriften unterliegt*

Ganz anders stellt sich die Situation im Bereich des Handels mit Arzneimitteln dar, die im wesentlichen aus rechtlichen Gründen bisher nur in geringem Umfang in großen Verbrauchermärkten vertrieben werden. So erzielen die Apotheken 94 % des Arzneimittelumsatzes des Einzelhandels in Europa. Im übrigen ist ihre Tätigkeit wenig breit gefächert, 92 % ihres Umsatzes erzielen sie mit Arzneimitteln, 3 % mit orthopädischen Artikeln und 3 % mit kosmetischen Artikeln und Körperpflegemitteln.

Deutlich weniger reglementiert ist der (dem Arzneimittelsektor zugeordnete) Sektor der Unternehmen, die sich auf medizinische und orthopädische Artikel spezialisiert haben. Infolgedessen entfällt auf die spezialisierten Unternehmen in diesem Sektor nur ein Marktanteil von 40 %, insbesondere weil 30 % der orthopädischen Artikel in Apotheken verkauft werden. In diesem kleinen Sektor (0,5 % des Umsatzes werden vom Facheinzelhandel erzielt, bei den Arzneimitteln sind es 5 %) beträgt die Spezialisierungsquote 55 %. Die Unternehmen des Sektors haben ihre Tätigkeit auf kosmetische Artikel und Körperpflegemittel (18 % des erzielten Umsatzes) und in geringerem Umfang auf pharmazeutische Produkte (6 % des erzielten Umsatzes) ausgeweitet.

## Nicht spezialisierter Einzelhandel in Nordeuropa bedeutender

Auf den nicht spezialisierten Einzelhandel entfallen je nach Land sehr unterschiedliche Anteile sowohl am gesamten Markt, als auch am alleinigen Lebensmittelmarkt. Insgesamt sind diese sowohl in Bezug auf Waren insgesamt als auch in Bezug auf Lebensmittel auf der iberischen Halbinsel weniger stark vertreten als im übrigen Europa (im Rahmen der Verfügbarkeit der Daten).

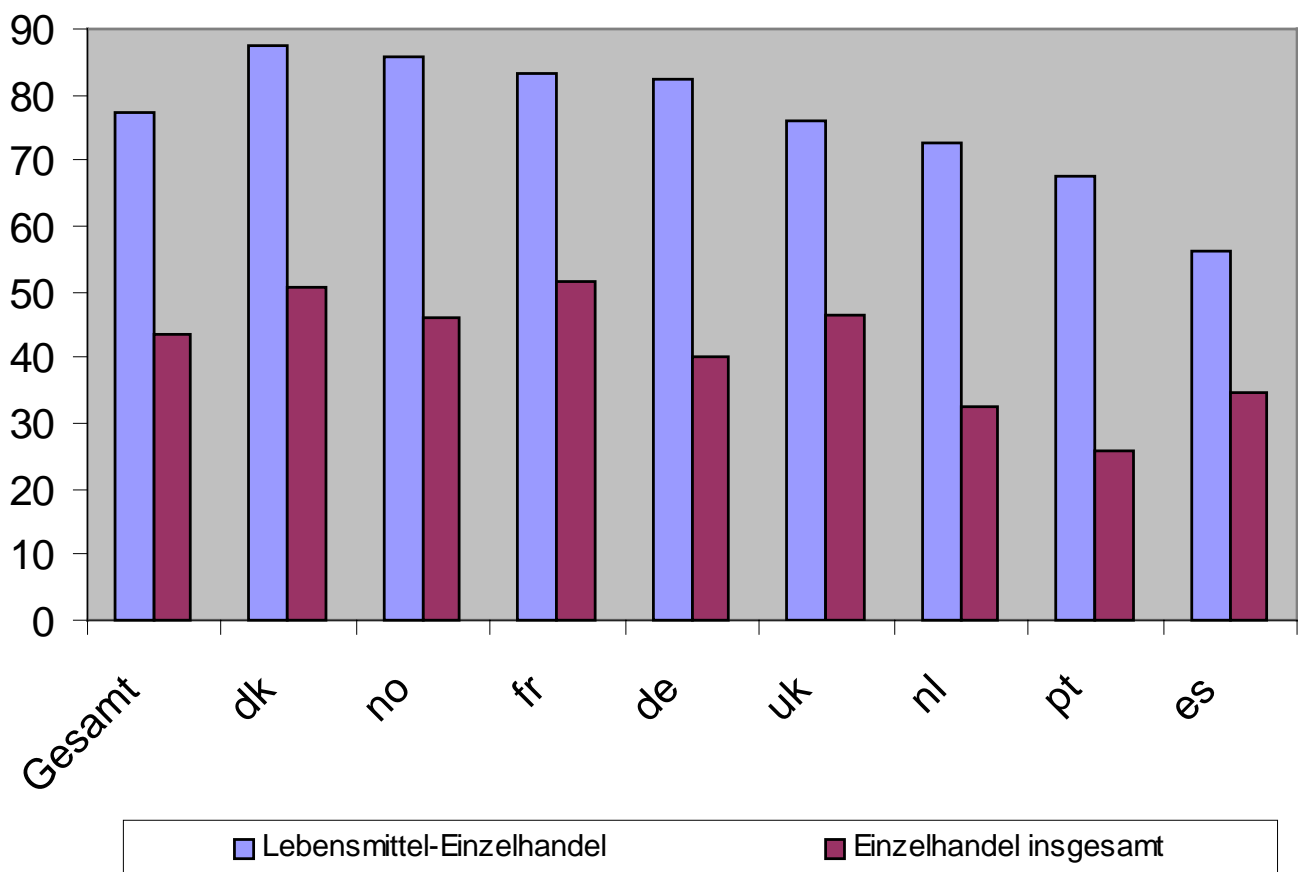
So entfallen laut *Tabelle 1* auf den nicht spezialisierten Einzelhandel in Frankreich und Dänemark 51 % des Gesamtumsatzes des Einzelhandels, in Spanien dagegen nur 35 % und in Portugal 26 %. Der Unter-

schied ist noch größer, wenn man sich auf den Lebensmittelbereich beschränkt: Der Marktanteil der nicht spezialisierten Unternehmen beläuft sich in diesem Bereich in Frankreich, Deutschland, Norwegen und Dänemark auf über 80 %, in Portugal beträgt er dagegen nur 68 % und in Spanien 56 %.

In Spanien wird Fleisch zu über 80 % im Facheinzelhandel vermarktet, Fisch und Fischerzeugnisse zu 74 %. Betrachtet man die acht untersuchten Länder insgesamt, so beläuft sich der Marktanteil für diese beiden Waren auf jeweils 30 %.

Tatsächlich sind es die Vertriebsnetze, an denen sich die innerhalb Europas bestehenden Handelsdisparitäten ablesen lassen. Die Unterschiede sind viel geringer, wenn man die europäischen Länder anhand der Bedeutung der Lebensmittel für den Umsatz des Einzelhandels vergleicht. Die Lebensmittel stellen fast 36 % der im europäischen Einzelhandel abgesetzten Waren dar, und diese Zahl unterliegt je nach Land nur geringen Schwankungen. Die Unterschiede in der Bedeutung der Lebensmittel für den Umsatz des Einzelhandels bewegen sich in einer relativ engen Spanne, nämlich zwischen 31 % in Portugal und 39 % in Dänemark.

Abbildung 1: Umsatzanteil im nicht spezialisierten Einzelhandel



Quelle: SBS, Daten von 1997

*Der nicht spezialisierten Einzelhandel zeichnet eine höhere Konzentration aus.*

In der Grundgesamtheit der nicht spezialisierten Unternehmen finden sich die meisten sehr großen Unternehmen des Einzelhandels. In Finnland und in Dänemark erwirtschafteten beispielsweise zehn nicht spezialisierte Unternehmen im Jahr 1998 einen Gesamtumsatz von über 200 Mio. ECU (in Frankreich gibt es ungefähr vierzig solcher Unternehmen).

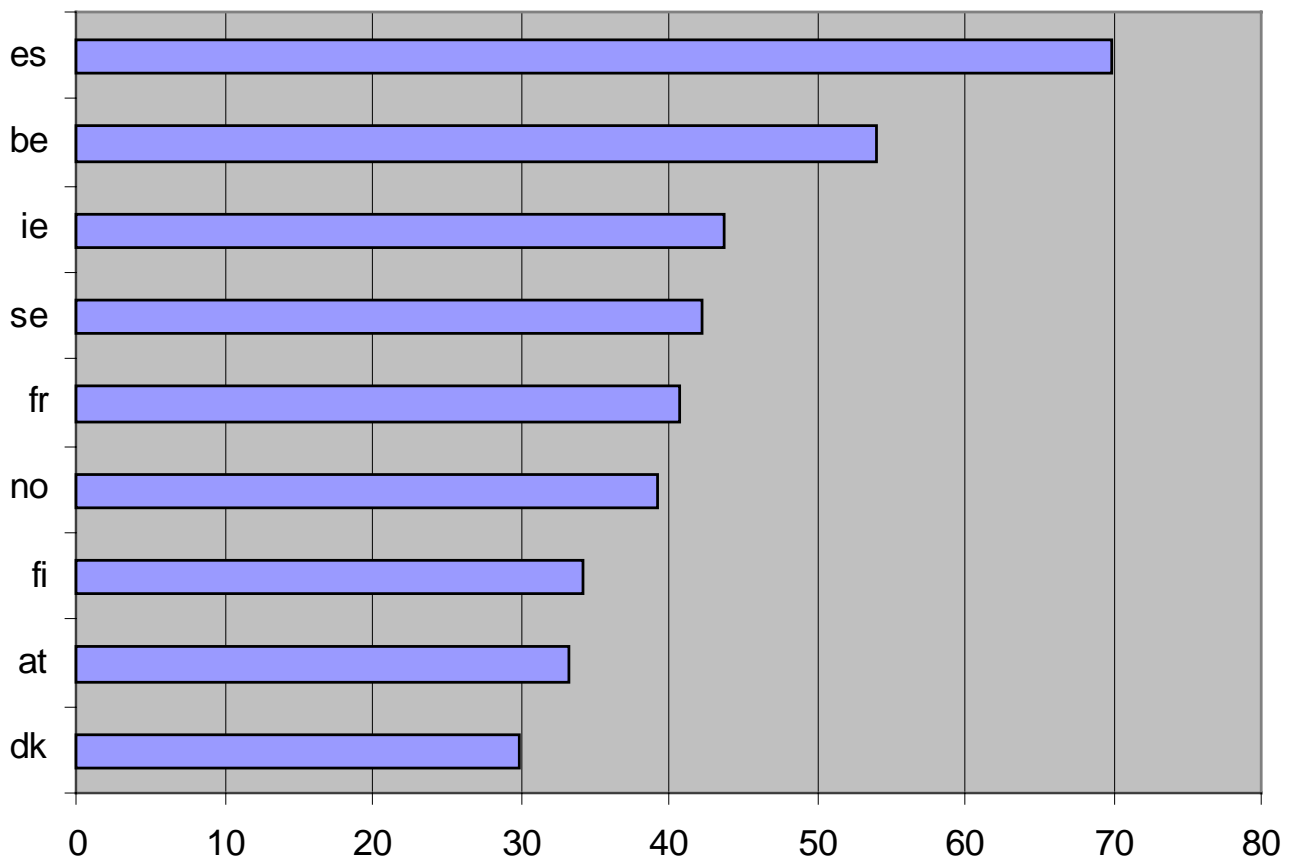
Beschränkt man sich nicht auf diese Großunternehmen und betrachtet die Unternehmen dieser beiden Länder (Finnland und Dänemark) allgemein,

so ergibt sich, dass die mittleren Unternehmen mit einem Umsatz von über 5 Mio. ECU fast 80 % des Gesamtumsatzes des nicht spezialisierten Einzelhandels erzielen. In Frankreich erwirtschaften die nicht spezialisierten Unternehmen mit einem Umsatz von über 5 Mio. ECU über 90 % des Gesamtumsatzes des nicht spezialisierten Einzelhandels. Im Gegensatz dazu weist die Grundgesamtheit der spezialisierten Unternehmen, die einen Umsatz von mehr als 5 Mio. ECU tätigen, eine viel geringere Konzentration auf und hat in Dänemark nur einen Anteil von 20 % und in Frankreich 13 % am Gesamtumsatz des Facheinzelhandels.

Durch das relative Überwiegen des Facheinzelhandels auf der iberischen Halbinsel ergibt sich aufgrund einer strukturellen Gegebenheit eine niedrigere Konzentration des gesamten Einzelhandelssektors in diesen Ländern. Es sei daran erinnert, dass ein Sektor eine umso größere Konzentration aufweist, je kleiner die Zahl der Akteure ist, die einen großen Teil des Marktes beherrschen.

So gehören in Spanien 70 % der Beschäftigten des Einzelhandels Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten an. Dagegen bleibt der Anteil dieser sehr kleinen Unternehmen an der Beschäftigung in Dänemark, Österreich und Finnland unter 35 %.

**Abbildung 2: Anteil der Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten an der Beschäftigung im Einzelhandel**



Quelle: SBS, Daten von 1998 (NO, SE, IE, BE und ES: 1997)

## Datenquelle: Die Verordnung über die strukturelle Unternehmensstatistik

Die Verordnung über die strukturelle Unternehmensstatistik sieht vor, dass Daten zur Aufschlüsselung des Umsatzes der Handelsunternehmen an Eurostat übermittelt werden. Für das Bezugsjahr 1997 bezieht sich der Erhebungsbereich auf die Unternehmen des Einzelhandels (NACE Rev.1 Abt. 52). Diese Abteilung, die dem Erhebungsbereich entspricht, umfasst die Unternehmen, deren Haupttätigkeit in der Erbringung von Einzelhandels und Reparaturarbeiten an Gebrauchsgütern besteht. Die Wirtschaftszweigsystematik (NACE Rev.1) sieht zwei weitere Abteilungen vor: Unternehmen, deren Haupttätigkeit sich auf den Handel mit und die Reparatur von Kraftfahrzeugen bezieht (NACE Rev.1 Abt. 50) und Unternehmen, deren Haupttätigkeit auf dem Gebiet des Großhandels und der Handelsvermittlung liegt (NACE Rev.1 Abt. 51).

Diese Daten stammen aus New Cronos, Themenkreis 4 (Industrie, Handel und Dienst, Tabelle sbs\_ret. Mit diesen Daten kann sowohl auf der Ebene der einzelnen Länder als auch auf europäischer Ebene ein Satellitenkonto aufgebaut werden, das detaillierte Informationen zu den beiden folgenden Fragen bereithält:

- Welche Waren vertreiben Einzelhandelsunternehmen?
- In welcher Art von Unternehmen werden die Waren von den Einzelhändlern vertrieben (nicht spezialisierte Unternehmen, Facheinzelhandelsunternehmen usw.)? Genaugenommen geht es hierbei um die Errechnung von Marktanteilen. Dabei muss man bedenken, dass die Aufteilung des Marktes rechtlichen Beschränkungen unterliegen kann: Insbesondere Arzneimittel werden fast ausschließlich in Apotheken und nur in sehr geringem Umfang in Verbrauchermärkten vertrieben.

Durch die gemeinsame Analyse dieser beiden Fragestellungen (Sektoransatz und Produktansatz) wird deutlich, über welche Vertriebsnetze die einzelnen Produkte vermarktet werden. Die Daten geben insbesondere Aufschluss darüber, welche Produkte eher über den Facheinzelhandel vertrieben werden und welche nicht. Der nicht spezialisierte Einzelhandel unterscheidet sich vom spezialisierten Einzelhandel dadurch, daß er eine Vielzahl von Waren verschiedener Kategorien anbietet. Man erfährt in welchem Umfang die Facheinzelhandelsunternehmen tatsächlich auf den Vertrieb bestimmter Waren spezialisiert sind, beispielsweise wie groß der Anteil des Umsatzes ist, den ein Obst- und Gemüsehändler tatsächlich mit dem Verkauf von Obst, Gemüse und Kartoffeln erzielt. Eine dritte Möglichkeit der Datennutzung besteht darin, die Produktsortimente des nicht spezialisierten Einzelhandels näher zu betrachten, wodurch aufgezeigt werden kann, dass Lebensmittel einen großen Teil des Sortiments (über 60 % in allen untersuchten Ländern) ausmachen. In Bezug auf das Vertriebsnetz hat jedes Land seine Besonderheit: So werden beispielsweise im Vereinigten Königreich fast 6 % des Umsatzes mit Obst, Gemüse und Kartoffeln in Bekleidungsfachgeschäften erzielt.

Diese zweigleisige Herangehensweise (Analyse nach Unternehmen und nach Waren) wird durch die Tatsache begünstigt, dass die statistische Güterklassifikation (CPA) mit der Systematik der Wirtschaftszweige (NACE) verknüpft ist.

Im Großen und Ganzen entspricht der Erhebungsbereich dieser Studie den Unternehmen, deren Haupttätigkeit darin besteht, Neu- und Gebrauchsgüter an private Haushalte wiederzuverkaufen. Das heißt keineswegs, dass zum Kundenkreis dieser Unternehmen keine gewerblichen Abnehmer gehören. Fast 1,5 % des Umsatzes der europäischen Einzelhandelsunternehmen werden mit dem Verkauf an gewerbliche Abnehmer erzielt.

## Lebensmittel

Als Lebensmittel werden folgende Waren betrachtet:

- CPA 52.21.1: Einzelhandel mit Obst, Gemüse und Kartoffeln
- CPA 52.22.1: Einzelhandel mit Fleisch, Fleischwaren, Geflügel und Wild
- CPA 52.23.1: Einzelhandel mit Fisch und Fischerzeugnissen
- CPA 52.24.1: Einzelhandel mit Backwaren und Süßwaren
- CPA 52.25.1: Einzelhandel mit Getränken
- CPA 52.26.1: Einzelhandel Tabakwaren
- CPA 52.27.1: Sonstige Einzelhandel mit Nahrungsmitteln

# Weitere Informationsquellen:

## ➤ Veröffentlichungen:

- Handelsstatistik - Einzelhandel außerhalb von Verkaufsräumen. Joachim Hubertus. Statistik kurz gefasst (SIF) Nr. 21/2000.
- Der Nahrungsmittelhandel in Europa - Ein Wirtschaftszweig, in dem Unternehmen ohne Spezialisierung dominieren. Jan Stensrud. SIF Nr. 29/1999
- Nichtlebensmittel-Einzelhandel in Europa - Fachgeschäfte prägen diesen Sektor. Jan Stensrud. SIF Nr. 30/1999.
- Commerce 99 Proceedings of the seminar on distributive trades in Europe, Brussels, 22-23 November 1999, Studies and research.

## ➤ Datenbanken

New Cronos  
Theme 4/sbs/dtprod/sbs\_ret

Wenn Sie weitere Auskünfte wünschen oder an unseren Veröffentlichungen, Datenbanken oder Auszügen daraus interessiert sind, wenden Sie sich bitte an einen unserer **Data Shops**:

BELGIQUE/BELGIË	DANMARK	DEUTSCHLAND	ESPAÑA	FRANCE	ITALIA - Roma
<b>Eurostat Data Shop</b> <b>Bruxelles/Brussel</b> <b>Planistat Belgique</b> Rue du Commerce 124 Handelsstraat 124 B-1000 BRUXELLES / BRUSSEL Tel. (32-2) 234 67 50 Fax (32-2) 234 67 51 E-mail: datashop@planistat.be	<b>DANMARKS STATISTIK</b> <b>Bibliotek og Information</b> <b>Eurostat Data Shop</b> Sejrogade 11 DK-2100 KØBENHAVN Ø Tlf. (45) 3917 30 30 Fax (45) 3917 30 03 E-mail: bib@dst.dk	<b>STATISTISCHES BUNDESAMT</b> <b>Eurostat Data Shop Berlin</b> Otto-Braun-Straße 70-72 (Eingang: Karl-Marx-Allee) D-10178 BERLIN Tel. (49) 1888 644 94 27/28 Fax (49) 1888 644 94 30 E-Mail: datashop@statistik-bund.de	<b>INE Eurostat Data Shop</b> Paseo de la Castellana, 183 Oficina 009 Entrada por Estébanez Calderón E-28046 MADRID Tel. (34) 91 583 91 67 Fax (34) 91 579 71 20 E-mail: datashop.eurostat@ine.es	<b>INSEE Info Service</b> <b>Eurostat Data Shop</b> 195, rue de Bercy Tour Gamma A F-75582 PARIS CEDEX 12 Tél. (33) 1 53 17 88 44 Fax (33) 1 53 17 88 22 E-mail: datashop@insee.fr	<b>ISTAT</b> <b>Centro di Informazione Statistica</b> <b>Sede di Roma. Eurostat Data Shop</b> Via Cesare Balbo, 11a I-00184 ROMA Tel. (39) 06 46 73 31 02/06 Fax (39) 06 46 73 31 01/07 E-mail: dipdiff@istat.it
ITALIA - Milano	LUXEMBOURG	NEDERLAND	NORGE	PORTUGAL	SCHWEIZ/SUISSE/SVIZZERA
<b>ISTAT</b> <b>Ufficio Regionale per la Lombardia</b> <b>Eurostat Data Shop</b> Via Fieno 3 I-20123 MILANO Tel. (39) 02 80 61 32 460 Fax (39) 02 80 61 32 304 E-mail: mileuro@tin.it	<b>Eurostat Data Shop Luxembourg</b> BP 453 L-2014 LUXEMBOURG 4, rue Alphonse Weicker L-2721 LUXEMBOURG Tel. (352) 43 35-2251 Fax (352) 43 35-2221 E-mail: dslux@eurostat.datashop.lu	<b>STATISTICS NETHERLANDS</b> <b>Eurostat Data Shop-Voorburg</b> Postbus 4000 2270 JM VOORBURG Nederland Tel. (31-70) 337 49 00 Fax (31-70) 337 59 84 E-mail: datashop@cs.nl	<b>Statistics Norway</b> <b>Library and Information Centre</b> <b>Eurostat Data Shop</b> Kongens gate 6 Boks 8131 Dep. N-0033 OSLO Tel. (47) 21 09 46 42/43 Fax (47) 21 09 45 04 E-mail: Datas hop@ssb.no	<b>Eurostat Data Shop Lisboa</b> <b>INE/Serviço de Difusão</b> Av. António José de Almeida, 2 P-1000-043 LISBOA Tel. (351) 21 842 61 00 Fax (351) 21 842 63 64 E-mail: data.shop@ine.pt	<b>Statistisches Amt des Kantons</b> <b>Zürich, Eurostat Data Shop</b> Bleicherweg 5 CH-8090 Zürich Tel. (41-1) 225 12 12 Fax (41-1) 225 12 99 E-mail: datashop@statistik.zh.ch Internet: http://www.zh.ch/statistik
SUOMI/FINLAND	SVERIGE	UNITED KINGDOM	UNITED KINGDOM	UNITED STATES OF AMERICA	
<b>STATISTICS FINLAND</b> <b>Eurostat Data Shop Helsinki</b> Tilastokijasto PL 2B FIN-00022 Tilastokeskus Työpajakat u 13 B, 2.Kerros, Helsinki P. (358-9) 17 34 22 21 F. (358-9) 17 34 22 79 Sähköposti: datashop.tilastokeskus@tilastokeskus.fi Internet: http://www.tilastokeskus.fi/tilastokeskus.html	<b>STATISTICS SWEDEN</b> <b>Information service</b> <b>Eurostat Data Shop</b> Karlavägen 100 - Box 24 300 S-104 51 STOCKHOLM Tfn (46-8) 50 69 48 01 Fax (46-8) 50 69 48 99 E-post: info.service@scb.se Internet: http://www.scb.se/info/datashop pleudatashop.asp	<b>Eurostat Data Shop</b> <b>Enquiries &amp; advice and publications</b> <b>Office for National Statistics</b> Customers & Electronic Services Unit 1 Drummond Gate - B1/05 LONDON SW1V 2QQ United Kingdom Tel. (44-20) 75 33 56 76 Fax (44-1633) 81 27 62 E-mail: eurostat.datashop@ons.gov.uk	<b>Eurostat Data Shop</b> <b>Electronic Data Extractions,</b> <b>Enquiries &amp; advice - R.CADE</b> 1L Mounjoy Research Centre University of Durham DURHAM DH1 3SW United Kingdom Tel: (44-191) 374 73 50 Fax: (44-191) 394 49 71 E-mail: r.cade@dur.ac.uk Internet: http://www.rcade.dur.ac.uk	<b>HAVER ANALYTICS</b> <b>Eurostat Data Shop</b> 60 East 42nd Street Suite 3310 NEW YORK, NY 10165 USA Tel. (1-212) 986 93 00 Fax (1-212) 986 69 81 E-mail: eurodata@haver.com	

### Media Support Eurostat (nur für Journalisten):

Bech Gebäude Büro A3/48 • L-2920 Luxembourg • Tel. (352) 4301 33408 • Fax (352) 4301 32649 • e-mail: eurostat-mediasupport@cec.eu.int

### Auskünfte zur Methodik:

Paul Feuvrier, Eurostat/D2, L-2920 Luxembourg, Tel. (352) 4301 33881, Fax (352) 4301 32600, E-mail: paul.feuvrier@cec.eu.int  
ORIGINAL: Französisch

Unsere Internet-Adresse: [www.europa.eu.int/comm/eurostat/](http://www.europa.eu.int/comm/eurostat/) Dort finden Sie weitere Informationen.

Ein Verzeichnis unserer Verkaufsstellen in der ganzen Welt erhalten Sie beim **Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften**

2 rue Mercier - L-2985 Luxembourg  
Tel. (352) 2929 42118 Fax (352) 2929 42709  
Internet-Adresse: <http://eur-op.eu.int/ffr/generals-ad.htm>  
E-mail: info.info@cec.eu.int

BELGIQUE/BELGIË - DANMARK - DEUTSCHLAND - GREECE/ELLADA - ESPAÑA - FRANCE - IRELAND - ITALIA - LUXEMBOURG - NEDERLAND - ÖSTERREICH  
PORTUGAL - SUOMI/FINLAND - SVERIGE - UNITED KINGDOM - ISLAND - NORGE - SCHWEIZ/SUISSE/SVIZZERA - BALGARJA - CESHÁ REPUBLIKA - CYPRUS  
EESTI - HRVATSKA - MAGYARORSZÁG - MALTA - POLSKA - ROMÁNIA - RUSSIA - SLOVAKIA - SLOVENIA - TÜRKIYE - AUSTRALIA - CANADA - EGYPT - INDIA  
ISRAËL - JAPAN - MALAYSIA - PHILIPPINES - SOUTH KOREA - THAILAND - UNITED STATES OF AMERICA

## Bestellschein

Ich möchte „Statistik kurz gefasst“ abonnieren (vom 1.1.2001 bis 31.12.2001):  
(Anschriften der Data Shops und Verkaufsstellen siehe oben)

**Paket 1:** Alle 9 Themenkreise (etwa 140 Ausgaben)

Papier: 360 EUR

Gewünschte Sprache:  DE  EN  FR

**Paket 2:** 1 oder mehrere der folgenden 7 Themenkreise:

Themenkreis 1 „Allgemeine Statistik“

Papier: 42 EUR

Themenkreis 2 „Wirtschaft und Finanzen“

Themenkreis 3 „Bevölkerung und soziale Bedingungen“

Themenkreis 4 „Industrie, Handel und Dienstleistungen“

Themenkreis 5 „Landwirtschaft, Fischerei“

Themenkreis 6 „Außenhandel“

Themenkreis 8 „Umwelt und Energie“

Papier: 84 EUR

Gewünschte Sprache:  DE  EN  FR

Statistik kurz gefasst kann von der Eurostat Web-Seite kostenlos als pdf-Datei heruntergeladen werden. Sie müssen sich lediglich dort eintragen.  
Für andere Lösungen wenden Sie sich bitte an Ihren Data Shop.

Bitte schicken Sie mir ein Gratisexemplar des „Eurostat Minikatalogs“ (er enthält eine Auswahl der Produkte und Dienste von Eurostat)  
Gewünschte Sprache:  DE  EN  FR

Ich möchte das Gratisabonnement von „Statistische Referenzen“ (Kurzinformationen zu den Produkten und Diensten von Eurostat)  
Gewünschte Sprache:  DE  EN  FR

Herr  Frau

(bitte in Großbuchstaben)

Name: \_\_\_\_\_ Vorname: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_ Abteilung: \_\_\_\_\_

Funktion: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_

PLZ: \_\_\_\_\_ Stadt: \_\_\_\_\_

Land: \_\_\_\_\_

Tel.: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

### Zahlung nach Erhalt der Rechnung vorzugsweise:

durch Banküberweisung

Visa  Eurocard

Karten-Nr.: \_\_\_\_\_ gültig bis: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Ihre MwSt.-Nr.: f. d. innergemeinschaftlichen Handel:

Fehlt diese Angabe, wird die MwSt. berechnet. Eine Rückerstattung ist nicht möglich.